Secretul sănătății sociale: intelectualii români între grupurile de prestigiu si piață

De Sorin Matei
Profesor de ştiinţa comunicaţiilor
Purdue University

Publicat într-o versiune anterioară în revista Interval, 1997
Ediție revizuită în Mai, 2003
Publicat pe Internet la: http://www.matei.org/research/intelect/secret.html
Reproducerea, prin orice mijloace, inclusive electronice, numai cu acordul scris al autorului.
smatei@yahoo.com

Introducere: grupurile de prestigiu în miezul societății româneşti

Între 1991 şi 2003 am locuit in 3 ţări şi 8 oraşe. Am schimbat 13 locuințe şi am avut cam tot atîtea numere de telefon. Am ținut, însă, pentru o bună bucată de vreme legătura, deşi sporadic, cu un număr de prieteni din România. Foşti colegi de liceu, aceştia sunt membrii unui anume "grup de prestigiu" intelectual românesc. Este vorba de "grupul de la Braşov". Grupul a fost creat prin acțiunea charismatică a lui Alexandru Muşina, pe la începutul anilor 80.

Prin aceasta nu vreau să spun că mă simt special, în vreun fel, sau că îmi exprim aprecierea față de acest grup şi față de faptul că mă pot numara printre membrii săi. Şi nici, Doamne fereşte, nu divinizez pe dl. Muşina, despre care, deşi îi port respect, ştiu că are hibele lui, ca şi mine şi ca orice alt pământean. Nu o fac nici din nostalgie, fiindcă m-aş socoti membru al vreunei "diaspore," ori al vreunui "exil." Peripețiile mele personale, deşi nu lipsite de aventuri, unele plăcute, altele nu, au fost voluntare şi, cred, benefice mie.

Folosesc aceste exemplu pentru a introduce în discuție ideea de “grup de prestigiu” 1). Cu ajutorul acesteia voi încerca să explic unele dintre problemele sociologice cu care se confruntă cultură română. Care sunt formele, sociale în special, caracteristice grupurilor intelectuale

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

care animă producția de idei din România? Cum sunt aceste forme generate şi care este raportul lor cu lumea românească, în general?

Un grup de prestigiu este o formă elementară de viață socială. Folosesc acest termen cu un înteles sociologic precis, inspirat de idea lui Max Weber a "grupurilor de status" (Stand)(Gerth and Mills, 1946, p. 424) . Folosind acest termen vreau să sugerez, în acelaşi timp, că intelectualii români se află într-o stare 'premodernă.' Voi compara acest tip de sociabilitate cu aceea specifică societăților complet modernizate, structurate în clase. Voi folosi mediul universitar american ca laborator experimental, deşi localizarea nu e absolut necesară. În primul rînd, aşa cum voi arata către sfîrşitul acestui articol, societatea intelectuală americană nu este exclusiv o societate structurată în clase. Grupurile de prestigiu există şi aici şi îşi au rolul lor. Exemplul meu va fi, mai degrabă, un model, un tip ideal, care ne va permite să măsurăm gradul în care societatea culturala românească este diferită de el.

Ipoteza mea centrala este că grupurile de prestigiu caracterizează societățile pre sau para-moderne, între care se află şi cea românească. Ele normează participarea la cîmpul cultural, omologînd "calitatea," valoarea de intelectual. În societatea modernă, intelectualul se află agregat într-o situație de clasă, ocupîndu-şi pozitia şi reclamîndu-şi drepurile sociale prin cerere şi ofertă. În situația de clasă, individul este autonom şi separat de ceilalți membrii ai societății, participarea la viața colectivă făcîndu-se în funcție de "cantitatea" de bunuri intelectuale produse sau deținute şi de valoarea lor pe piața culturală.

Ce se înțelege însă prin cel mai important termen pe care îl folosesc în demonstrația mea, acela de "grup de prestigiu"?(1). În mod concret, într-un astfel de grup membrii sunt prinşi într-o rețea de valori şi relații sociale care le dau identitate prin raportare la un grup de prieteni, maeştri, idei şi valori fixe. Accesul şi participarea la "grupul de prestigiu" se fac prin initiere şi ritualuri (ucenicie, adunări închise, profesiuni de credință, etc). În plus, purtînd blazonul grupului, membrii săi sunt recunoscuți de alte grupuri, aliate sau rivale. Aceasta îi ajută sau îi împiedică să-şi facă drum în societate. Grupurile de prestigiu sunt "pre-moderne" pentru că se alimentează din valori similare cu cele ale lumii medievale: onoarea, "alegerea", şi "predestinarea" socială. Ele se înscriu pe aceeaşi traiectorie social-istorică pe care se află ordinele calugăreşti, ghildele orăşeneşti medievale ori societățile secrete şi înalta societate din secolul XIX.

Conform acestui model sociologic, criteriile de admitere în grup sunt subiective şi prescriptve: eşti ceea ce eşti pentru că ai anumite

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

caracteristici presuspus înnăscute sau le-ai căpătat printr-un botez, şi le exprimi mai apoi printr-un anumit comportament, ori mod de viață (Weber, 1947, p. 428-429). Caracteristicile sunt prescriptive, pentru că, odată dobîndite, nu pot fi revocate printr-un simplu *fiat* administrativ.

Grupurile de prestigiu: profeți şi genii

Grupurile de prestigiu nu sunt nici accidente istorice, şi nici produsul unei conspirații, a unei acțiuni absolut voluntare. Ele sunt nişte caracteristici structurale ale unor societăți date. Ele apar îndeobşte în societățile închise, autoritare sau communitare, dominate de puternice ierarhii sociale. În aceste societăți, ideea de "ordine naturală" (fiecare trebuie să îşi ştie locul său în lume) creează o mentalitate de subordonare şi de merit acordat, nu cîştigat, pentru a accede la pozitii superioare în colectivitate. Un factor favorizant, deşi nu determinant, al aparitiei acestor grupuri este penuria de mijloace şi resurse productive, incluzînd producția de idei şi de capital intelectual. Fie datorită lipsei de bunuri şi instituții, fie datorită unei abundențe de persoane educate, care nu pot participa la viața colectivă aşa cum "calificarea" lor le-ar permite, se creează o stare de sărăcie în resurse necesare valorificării şi reproducerii talentelor acestor grupuri. Această "sărăcie" uşureaza crearea de monopoluri intelectuale care, după cum vom vedea, sunt infrastructura materială (deşi nu şi cea spirituală), necesară creerii grupurilor de prestigiu. Monopolurile sunt transformate în arme şi armuri de protecție împotriva altor grupuri intelectuale sau a ierarhiei social-politice.

Structura spirituală a grupurilor de prestigiu îşi are originea în ideea de carismă. Carisma este o formă elementară de relație socială, în esență nerațională. Ea structurează grupul în "aleşi" şi "suporteri", primii fiind înzestrați cu calități sau talente supra-omeneşti (înțelepciune, sfințenie, farmec, curaj) presupus înnăscute, capabile să inspire şi să mobilizeze pe cei din urmă. O multitudine de activități umane pot intra în domeniul carismei (Weber menționează războiul, divinația, politica) dar probabil activitatea intelectuală este cea mai uşor de "recunoscut" ca un dar înnăscut, mai ales cînd este asociată cu acte de creație artistică. Pentru că actele intelectuale par să îşi aibă originea numai în mintea

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

umană, sunt adesea văzute ca extraordinare. Desigur, educația, formală sau nu, ar putea să răstoarne acest mit, împrăştiind darurile "aleşilor" între "susținatori" şi de aceea există o tendință naturală a grupurilor de prestigiu de a monopoliza actul intelectual însuşi, negînd capacitatea instituțiilor democratice, în special piața şi educația susținută de piață de a consacra noi intelectuali. Actul intelectual devine deplin şi efectiv, carismatic, în contextual grupurilor de prestigiu, numai dacă are loc într-un grup consacrat. Cei care îl execută trebuie să fie confirmați de grup, în urma unui proces de inițiere şi de schimbare a identității. În procesul de achizitie a unei noi identități intelecualul este purificat şi i se atribuie caracteristici carismatice proprii. Deşi, pînă la botez, nu i se recunoşte nici o calitate intrinsecă, după "descoperire", membrul capătă dreptul la un anumit "talent," o caracteristică unică şi superioară, care îl desparte de ceilalți pămînteni în chip ontologic. Acest talent nu poate fi cultivat, el este doar descoperit, iar descoperirea este socială, este recunoaştere, ea nu poate fi autodescoperire. Weber afirmă că pretenția carismatică se spulberă dacă talentul nu este recunoscută de ceilalți (Gert & Mills, 1946, p. 246). De aici provine puterea grupului de a oferi identitate.

Pozitia privilegiata pe care ți-o ofera grupul, recunoaşterea "talentului", iți acordă dreptul de a fi unic, de a fi un individ. Desigur, aici avem de a face cu o contradicție, pentru ca aderarea la grup presupune pierderea individualității, uniformizare si acceptarea unui model. Dar identitatea nu este atit de importantă *în interiorul grupului*, pe cît este in *exteriorul* lui, in competiția cu alte grupuri şi mai ales in prezentarea în fața posibililor admiratori, cunoscatori (diletanți), "suporteri." Cum spuneam, nu există carismă fara recunoasterea ei, iar "suporterii" sunt absolut necesari pentru intreținerea ei. Observăm cum participiarea la grup se bazează pe stabilirea unui anume tip de monopol simbolic.

Ce l-a făcut pe H. R. Patapievici un profet cultural?

Ascensiunea meteorică, urmată după cîțiva ani de o contestare la fel de vehementă, a lui H. R. Patapievici (1996) mi se pare un potrivit teren de analiză a fenomenului grupurilor de presigiu. Cazul cunoscutului autor permite investigarea modului in care se “nasc” cei cu

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

aspirații intelectuale superioare. Patapievici, acum un faimos personaj cultural şi politic, a răsărit pe scena românească într-un mod foarte interesant, care a combinat mecanismele pieței şi ale culturii de senzație, cu mecanismele grupurilor de prestigiu. De formație fizician, la data lansării sale în lumina reflectoarelor autor al unui volum de eseuri ("Cerul văzut prin lentilă"), Patapievici a devenit cunoscut publicului larg pentru că ar fi fost ținta supravegherii serviciilor secrete româneşti în Februarie 1995. Un anume căpitan Soare i-ar fi integorat pe vecinii lui Patapievici de bloc, menționînd că interesul său era legat de prosibile tranzacții financiare ilegale. Patapievici şi prietenii săi, în special cei de la Grupul de Dialog Social, spun însă că motivația reală ar fi fost un virulent eseu împotriva preşedintelui de atunci, Ion Iliescu şi că ofițerul lucra pentru serviciul de pază şi protocol al preşedinției României. Grupul de Dialog Social, al cărui membru minor la acel moment Patapievici era, a organizat imediat o conferință de presă, denunțînd renaşterea practicilor poliției secrete comuniste. Aceasta a făcut din Patapievici un obiect de interes public pentru că teama multor români că temuta securitate nu murise devenea, din nou, o realitate palpabilă, sprijinită, se părea, de dovezi concrete. Faima lui Patapievici a atins însă apogeul după ce a fost îmbrățişat de unul dintre cei mai importanți organizatori şi oameni de afaceri culturali, Gabriel Liiceanu. Din variate considerente, posibilă fiind şi dorința de a exploata faima publicistică a lui Patapievici pe piața de carte, el a garantat imediat nu numai pentru integritatea şi victimizarea ci şi pentru genialitatea lui Patapievici. Editura Humanitas, condusă de Liiceanu, a publicat prompt două volume de Patapievici în doi ani: "Zbor în bătaia săgeții" şi "Politice". Justificarea publicării o dă Liiceanu într-un text pe care îl citeşte la tîrgul de carte de la Bucureşti pe 8 iunie 1995, şi îl publică în Revista 22 săptămîna următoare (14-20 iunie, 1995). Acest text poate fi considerat scînteia ce a aprins întregul foc al faimei lui Patapievici. Liiceanu începe prin a-şi cere scuze profunde pentru a-l fi ignorat, pînă atunci, pe Patapievici (prima carte îi fusese publicată de o editură rivală, Nemira): "Cum să îmi iert că în prima instanță am ratat rendez-vous-ul pe care altcineva mi-l daduse scoțându-mi in față ocazia care iți purta numele ? Ca m-ai surprins somnolent şi nepregătit pentru această primă întîlnire ?" El urmează, apoi, cu o hiperbolică descriere a valorii lui Patapievici. Acesta este văzut ca un profet şi ca un mesia cultural român, a cărui menire este să salveze națiunea de la dezastru: "Te îmbrățişez, dragul meu Kierkegaard bucureştean. De fapt nu, greşesc spunîndu-ți că eşti un Kirekegaard al nostru: am să spun mai degrabă despre Kierkegaard că este un fel de Patapievici danez. Căci ca şi tine, Kierkegaard avea conştiința misiunii lui divine: aceea de a-şi trezi

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

compatrioții. Şi ca şi în cazul tău compatrioții l-au batjocorit; l-au meritat to atît de puțin pe cit te mertăm noi pe tine".

Cărțile lui Patapievici au devenit un succes de masă, deşi critica usturatoare pe care Patapievici a primit-o în 2002, cu ocazia publicării volumlui "Omul recent", a repus în discuție faima şi calitatea operei sale. Mulți cred că în substanță este o reacție exagerată împotriva valorilor moderne şi în ton o naivă pastişă a eseurilor generației anilor 1930 din România, în special ale lui Cioran şi Eliade. Soarta operei lui Patapievici şi calitatea sa intrinsecă nu este însă ceea ce ne interesează aici. Pe primul plan este înțelegerea modului în care Patapievici a devenit personalitatea culturală care pînă mai ieri era. Cum spuneam, înțelegerea acestui fenomen poate fi facilitată de ipoteza că Patapieivici este produsul grupurilor de prestigiu. Acestea au contribut la formarea personalității sale pe lungă durată, începînd cu adolescența. Procesul este documentat în volumul autobiographic al lui Patapievici, "Zbor în bătaia săgeții". Jurnalul, nu lipsit de unele momente literare, este adeseori naiv si prețios. Aceasta nu îl face mai puțin ba chiar mai interesant ca document sociologic. Printre rîndurile dedicate adolescenței, cele mai afectate de emoționalism, el lasă să se intrevada modul în care se nasc grupurile de prestigiu ca mecanisme sociale specifice cîmpului cultural romanesc. Aici el vorbeşte explicit despre modul deliberat în care şi-a cautat talentul, "geniul" mai bine spus, prin îndelungi ritualuri. "Chemarea," confirmarea alegerii sale au loc în chinuitoare si pretențioase exercitii spirituale de lectură, aparent fără nici o noimă. Volumele înşirate în jurnal sunt, pentru oricine a trait în Romania anilor '70-'80, un inventar al tuturor cartilor care aveau renumele de "dificile" sau "dizidente" si fusesera publicate cu mai multa sau mai putina dificultate. Acest renume era adesea fără o baza reala, alta decit ignoranța sau a publicului sau a cenzorilor care le facusera apariția dificilă, din motive clare numai pentru mintea încîlcită acestor activiştilor culturali. Semnificativ pentru această analiză, însă, cele doua caracteristici ale lecturilor ne trimit imediat idea de cunoaştere secretă, intiatică. Aceasta este un ingredient necesar pentru participarea la un grup de prestigiu. Deasemenea, tînărul filosof îşi gaseste identitatea numai în tovărăşia unor prieteni. Legături din liceu sunt ridicate la rangul de întîlniri astrale, tineri melancolici sunt proiectați ca profunzi gînditori, singurii care îl pot înțelege pe Patapievici. Grupul deate probleme filosofice fundamentale, iar prietenii sunt instantaneu consacrați ca genii, pentru a justifica valoarea geniului central al cărții (Patapievici).

Desigur, acest tip de comportament pare mai degrabă specific vîrstei. În definitiv, adolescența, ca un ritual de trecere , are propriul ei

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

dar de a crea grupuri închise, în care "secretul" maturizării este asimilat la adapost de privirile, adeseori "ostile", ale adulților. Este semnificativ însă faptul că deşi grupul de prestigiu "biologic" se retrage în fundal, comportamentele associate cu el nu dispar, ci sînt repetate în contextul altor grupuri. Patapievici le reiterează cînd se alătură grupului Liiceanu. Admirația reciprocă şi proclamarea împărtăşirii de la sursele ascunse ale cunoaşterii "drepte": ortodoxă, clasică, platonică, "liberală" şi "esențială" continuă, proclamate în articolele şi intervențiile mediatice ale celor doi.

Interesant este că primirea în noul grup de prestigiu este însoțită de responsabilități social-politice din ce în ce mai mari, unele direct legate de Liiceanu. După primirea sa în "cercul iluminaților" Patapievici devine, de pildă, director de colecție de carte la editura Humanitas, condusă de Liiceanu. Faima sa, este apoi convertită în capital politic, fiind în cele din urmă numit în funcția prestigioasă de gardian al arhivelor securității, care întăresc mîna grupului de dialog social şi a grupul de la Păltiniş în lumea culturală şi intelectuală românească.

În esență, cazul Patapievici este atît de interesant pentru schițarea unei sociologii culturale româneşti, pentru că, de fapt, acceptarea şi promovarea sa s-au făcut numai partial prin inițierea şi ucenicia caracteristice grupurilor de prestigiu. În parte, lansarea sa s-a produs, cum am spus, şi prin mass media, o premieră în lumea culturală romaneasca, marcînd, aparent, intrarea noastră în lumea "pseudo-evenimentelor" analizate şi explicate stralucit de istoricul american Daniel Boorstin (Boorstin, 1992). Patapievici ar fi trebuit să fie prima celebritate confectionată de piață, de senzational şi de pofta de imediat a unei prese trăind de azi pe miine, care anunță o piață capitalista de valori. El ar fi trebuit să existe temporar, nu să devină o cvasi-instituție. Faptul că faima sa s-a mai dezumflat, deşi nu în totalitate, pune în evidență atît maturizarea mecanismelor corective ale pieței, cît şi rezilienta grupurilor de prestigiu. Cazul în speță este un bun exemplu care arată cum structurile sociale româneşti, dominate de grupuri de prestigiu, influnețează piața, schimbîndu-i funcția şi deposedînd-o, cel puțin pentru o vreme, de puterea de a crea o nouă structură socială în România. Vom vorbi, însă, despre acest fenomen extrem de interesant, după ce terminăm discuția despre grupurile de prestigiu, modernitate şi clasele sociale.

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

Grupurile de prestigiu romaneşti: de la mimarea societății civile, la monopolul intelectual

Supraviețuirea şi forța grupurilor de prestigiu se bazează înainte de toate pe monopol. Monopolizarea canalelor de comunicație şi a cunostințelor, or pretenția de a avea acces la cunostințe şi chemari unice, destinate numai inițiaților, sunt centrale pentru a reclama rolul de "aleşi," de "unşi" cu carisma culturii şi a geniului. Controlul cunoştintelor poate fi uneori de natură fizică, după cum se întîmpla atît de des, mai ales în anii '80. Fenomenul este relevat şi de Alexandru Musina (1996) în eseul dedicat adoptării "postmodernismului" în România din cartea sa "Unde se află poezia". Capitolul "Postmodernismul la Porțile Orientului" este republicarea unui lucid articol scris în 1986, în timpul celei mai brutale perioade a dictaturii lui Nicolae Ceausescu. În el Muşina analizează modul în care un curent cultural aflat la moda în Occident a fost preluat ca armă de lupta împotriva establishmentului comunist cultural din România. Postmodernismul era folosit ca un mijloc de asigurarea identității unui nou grup de prestigiu, unul dintre puținele cu efecte benefice în cultura Românească post-belica. Mişcarea era inspirata vag de anii ‘60 din America şi a fost poreclita anacronic "generatia 80". Deşi bineintenționată, nu s-a putut feri de păcatul tuturor grupurilor de prestigiu din România, acela de a-şi intări puterea politică în scena culturală prin aproprierea unor calități şi autorități intelectuale bazate pe controlul a tot felul de monopoluri. Muşina aminteşte în articol un fenomen caracteristic culturii româneşti din anii ‘80: se publicau cărti despre diferiți autori occidentali sau despre mode intelectuale vestice (Freud, postmodernism, etc.), înainte ca operele fundamentale ale acestor scriitori sau curente să fi fost tipărite. Acest lucru era posibil pentru că autorii de comentarii autohtoni avuseseră privilegiul de a avea acces la, şi chiar de a controla accesul la surse de informatie din Vest, ori de a se fi inserat în vreun circuit de lectura informal, în care, în citeva oraşe mai importante din țară, cărți fotocopiate erau pasate din mînă în mînă.

Ducînd analiza lui Muşina mai departe, pe teren sociologic, constatăm că generația ‘80 nu a fost inventatoarea acestui comportament monopolist, ba chiar a fost forțată să-l adopte. Luînd în considerație dorința ei sinceră de a primeni atmosfera stătută din lumea literară românească, inghețată în utopii naționaliste sau moderniste preluate din anii '20 sau '30, îi putem chiar intelege machiavelismul de a-şi fi

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

întărit legitimitatea prin monopolul unui discurs "post-modernist." În fond, construindu-şi o identitate pro-occidentală, inadmisibilă din perspectiva clasei politice de atunci, marxist-naționaliste, generația ’80 crea un spațiu social şi de legitimitate culturală alternativ, neincorporabil şi necumparabil de către puterea timpului.

* * *

La acest exemplu, însă, aş putea adauga altele, de control monopolist mult mai evident, care arată cum grupurile de prestigiu româneşti au manipulat sursele de informare pentru avantaje personale, sau pentru distrugerea unor inamici intelectuali. Doi istorici de oarece faimă (comunistă), Mircea Muşat şi Ion Ardeleanu, au publicat la mijlocul anilor ‘80 o serie de fascinante documente din arhivele partidului comunist român sub titlul “România după marea Unire” (Muşat & Ardeleanu, 1986). Ironia este că ei o făceau profitînd de poziția lor de cenzori ideologici ai producției de carte istorică românească. Opera lor este cea mai pură expresie a monopolului intelectual. Cei doi opreau de la publicare variate cărți pentru a le jumuli de pagini şi conținut şi a le topi în tomul lor fără cap şi fără coadă. Citită astăzi, cartea par a fi fost publicată de compilatorii de istorie medievali, care adunau intre două coperți, în absența unei constiințe a dreptului de autor, tot ce le cadea sub mîna. În spațiul românesc, opera acestor cenzori va ramine probabil în anale alături de manuscrisul cronicilor româneşti din secolul al XVII-lea, rescris de “basnuitorul” Misail Călugărul. Cu toate acestea, "prestigiul" şi puterea celor doi erau de netăgăduit, dovedite de faptul că, în 1988-1989, volumele le erau de negăsit în librării. Chiar astăzi, o pagină de web a mişcării legionare şi un îndrumar bibliografic pentru admiterea la facultatea de istorie a universității “Ştefan cel Mare” din Suceava folosesc din greu aceste volume, pentru că ele reprezintă o sursă de informare de valoare.

Monopolizarea ideilor şi coalizarea intelectualilor în grupuri de prestigiu nu trebuie, însă, făcută neapărat prin forță ori prin controlul fizic al resurselor. De cele mai multe ori, controlul se întemeiază pe prestigiu, pur şi simplu, printr-o judecată ce se mişcă, precum este tipic în societățile pre-moderne, într-un cerc vicios. Eşti prestigios pentru că ai fost iluminat şi eşti iluminat pentru că eşti prestigios. Prestigiul este o

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

sursă morală de legitimare pentru că este întemeiat pe o formă sau alta de carismă, dobîndită prin pretentia reală sau imaginară de iluminare, de acces direct la forme superioare de cunoaştere şi înțelegere. Folosesc, din nou, un termen din Max Weber, desemnînd un tip de relație socială stabilit pe baza inspirației, a unui "dar divin," al cărui posesor este natural îndreptățit la recunoaştere şi ascultare.

Iluminarea, în sine, nu este democratică, eşti cooptat numai dacă ai un semn de alegere. Pentru că, bineînțeles, cercuri vicioase de acest fel nu se pot susține la infinit, cineva trebuie să îi aleagă pe candidații la iluminare. Acesta este, de obicei, un mandarin al unui grup de prestigiu existent care, ca un maestru al budhismului tibetan este permanent în cautare de noi încarnări ale lui Buddha. În cazul lui Patapievici rolul a fost evident jucat de Gabriel Liiceanu.

Deşi această analiză pare a viza persoanele, ea are, trebuie să repet, ambiții sociologice, nu etice. Procesele pe care le descriu aici sunt de esență socială. Mi-ar fi greu să nu recunosc în comportamentul grupului de prestigiu "de la Brasov", pe care îl aminteam la începutul acestui eseu, şi în care m-am format, semne ale timpului şi ale societatii în care trăiam. Multe din articolele metodologice ale lui Alexandru Muşina sau ale lui Caius Dobrescu, în care erau identificate tare ale culturii intelectuale româneşti, erau animate, cred, de o intransigență care depaşea un scop pur critic, instrumental. Cred, astăzi, că acestea erau expresia unei ideologii de grup de prestigiu, care pur şi simplu incerca să spuna că autorii lor au dreptate şi ceilalți greşesc. Articolele jucau un rol programatic declarat, dar prin aceasta se intelege, privind înapoi, mai degrabă un program de identificare şi închidere fața de alte grupuri, decît de deschidere şi eliminare a noțiunii de grupuri de prestigiu, în sine. Banuiesc, însă, că nimeni nu poate sări peste propria sa umbră.

Aici trebuie să precizez că grupurile de prestigiu nu sunt, în esență şi în anumite contexte, "rele". Aici i-aş include şi pe Patapievici şi grupul de la Păltiniş. Comportamentul lor şi al altor grupuri similare, atît timp cît au fost neasociate puterii comuniste, a avut efecte de cele mai multe ori parțial benefice în cultură şi societatea românească, mai ales în anii '80. Scoala lui Constantin Noica de la Paltinis, Cenaclul de Luni, Cenaclul Junimea, grupul din jurul lui Calin Vlasie de la Pitesti, diversele grupuri de la Iaşi sau de de la Cluj, variatele grupuri şi mişcari science-fiction, cercurile de yoghini şi de practicanți ai artelor marțiale, fiecare a servit, într-o formă sau alta, ca grup de prestigiu, de inițiere, în care membrii işi cautau refugiul, în fața unei lumi în avansată descompunere. Participanții găseau în ele experiențe ne-cotidiene,

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

identități speciale, animați de credința că ei şi numai ei au găsit salvarea. Merită repetat, aceste grupuri au servit, în vidul social românesc din anii '80, drept surogat (un lucru pozitiv, în ciuda termenului peiorativ), pentru atît de clişeizata, după 1989, societate civilă românească.

Alte grupuri, însă, în special cele asociate cu structuri de putere şi represiune, au avut un profund efect negativ. Deşi, în structura lor sociologică, asemănătoare cu grupurile deja amintite, ele erau bazate pe un set de monoplouri şi corpuri de cunostinte secrete furnizate de partidul comunist sau de securitate serveau direct statul totalitar. Principalul efect negativ al acestora era că foloseau monopolurile pentru a demasca şi intimida alte grupuri, în special cele ce se opuneau comunismului. Grupul de la revista "Săptămîna" colabora direct cu Securitatea, şi avea monopolul discreditării dizidenților români, refugiați în occident sau a celor ce făcuseră "imprundența" să ridice vocea şi să rămînă în țară. Redactorii şi colaboratorii acestor publicații erau singurii îndreptățiți să comenteze emisiunile postului de radio Europa Liberă, a căror ascultare, (supremă ironie!), era ilegală în România. Grupul din jurul poetului Adrian Păunescu şi cenaclului "Flacăra" îşi rezervaseră monopolul discursului naționalist-nativist, avînd controlul unei publicații de mare tiraj şi a unei emisiuni de televziune difuzată la o oră de vîrf. Rolul său era de insera în subconştientul maselor ideea că singura modalitate de gîndire este cea naționalistă.

Majoritatea celorlalte grupuri a încercat, însă, să cladeasca o barieră de valori individuale şi sociale (artă, eruditie, prietenie, curaj, individualism), inscrise în "constituția" lor, care să contracareze prinsoarea de cleşte a statului totalitar. Rolul le-a fost consolidat şi de faptul că serveau pentru mulți drept grupuri de imediată referință socială, familia insăsi aflîndu-se, în România, într-o profunda criza. Forțată să adopte din ce în ce mai mult un rol public, datorită delegitimarii spațiului public oficial, confiscat de către partidul comunist, familia românească devenise o veriga într-o uriaşă confederație de "familii" cvasi-mafiote, aflate într-o luptă oarbă pentru supraviețuire, o situație pe care Banfield o numea "amoralism familial". În aceste condiții, intelectualii se simțeau, probabil, mai acasă intre egalii lor morali, decît în familiile lor reale, măcinate de un etos din ce în ce mai a-moral.

Modul închis şi elitist în care aceste grupuri s-au structurat în jurul ideii de privilegiu, de "luminare", de "onoare," a fost însă numai parțial creat de presiunile şi intoleranța socială ce le inconjurau. Istoria românească are şi ea un cuvînt de spus. Reacția lor de a se închide ca scoicile, ascunzînd inauntru reale ori imaginare perle de cultură şi ideație vine, din păcate, dintr-un trecut intelectual românesc mai vechi,

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

moştenit de la paşoptism şi primul junismism. Aşa cum arăt în eseurile care urmează în acest volum, în special în “Paşoptismul: un liberalism ratat”, “Junimismul: un liberalism tehnocratic” şi mai ales în “Intelectualii ca leac pentru boala ‘formelor fără fond’ , grupurile de prestigiu au apărut şi ca urmare a procesului de modernizare din România. Acesta a avut loc prin importul de instituții occidentale de către o clasă aristocratică semi-deschisă care, ca să supraviețuiască modernizării, a încercat să îşi schimbe etosul şi valorile de la cele feduale la cele intelectuale. “ Procesul a fost numai în parte încununat de succes. Aristocrația romînă a devenit o clasă conducătoare modernă prin intelectualizare, dar intelectualitatea care s-a născut din ea a păstrat multe caracteristici pre-moderne, în special ideea privilegiului şi a grupurilor închise, specific artistocrației. Aşa cum s-a întîmplat în multe țări vecine, procesul a însemnat nu înlocuirea unui etos pre-modern cu altul modern, ci combinarea acestora. În esență, construcția insăşi a României moderne a fost bazată nu pe naşterea unei clase burgheze, ci, aşa cum arăt în eseurile care urmează dedicate paşoptismului şi junimismului, pe naşterea grupurilor intelectuale reformatoare. Clasa intelectuală română şi-a asumat rolul conducător, şi s-a legitimat în fața poporului nu în numele intereselor şi puterii sale economice, ci pe baza "monopolului" asupra variatelor ideologii şi "ştiințe reformatoare", în esență pe baza privilegiului lor de grupuri intelectuale.

Clase sociale şi societatea modernă în traditia nemarxistă

Societatea românească, grupurile sale intelectuale, bazate pe prestigiu, sunt diametral opuse societății moderne, unde vorbim despre indivizi şi despre clase. Conceptul de clasă nu trebuie, însă, redus la modelul Marxist, cu care este, din păcate, aproape întotdeauna confundat. Deşi marxismul se alatură proiectului analitic al sociologiei clasice europene (Weber, 1947; de Tocqueville, 1995; Durkheim, 1984), sesizînd relația dintre structurile materiale, ori diviziunea socială a muncii, şi structura socială, acesta este diferit de sociologia clasică europeană, prin judecata de valoare (negativă) pe care o dă claselor. Sociologia tradițională crede că grupurile sociale ale lumii moderne sunt unele dintre, iar

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

nu unicele, categorii morfologice sociale. În plus, ele sunt doar nişte concepte, nişte judecăți de existență; ele nu sunt încărcate cu conotația ideologică a exploatării, ca la Marx, în "Ideologia germană" (1977, p. 162-163) sau, mai ales, ca în "Manifestul Partidului Comunist", unde se afirmă raspicat că istoria tuturor societăților este istoria luptei de clasa (1977, p. 222). Clasa socială, pentru sociologii nemarxişti, nu conține în sine nimic altceva decît un anumit miez social, dictat de realitațile mentale şi materiale ale epocii moderne. Pentru ei, societatea modernă, singura care este impărțită în clase economice, este un agregat de funcțiuni şi indivizi, separați în sine dar uniți prin locul lor în diviziunea muncii şi a ocupațiilor (Durkheim, 1984).

Participarea la o clasă este în esență poziția individului în structura socială (bogat/sărac, muncitor/funcționar, țăran/oraşean). În plus, pentru Weber, clasele sociale sunt caracteristice numai societăților armate pe o economie de piață. Pentru Marx, clasele transcend istoria modernă, pentru că toate societățile sunt controlate de interese economice (Marx, 1977, p. 222). Din perspectiva lui Weber, este incorect să vorbim, de pilda, despre clase pur economice în societatea feudală. În această perioadă avem de a face cu cele mai pure grupuri de prestigiu ori cu alte instituții bazate pe onoare, pe cunoaştere, pe proprietate funciară consacrată de serviciu public, ori pe toate acestea la un loc. Clasele apar numai în societatea modernă, o dată cu formele generalizate de diviziune socială a muncii şi cu apariția individualismului. Ultimul element, conştiința individualității în rîndul celor pe care îi categorisim drept membrii ai unei clase, constitue o diferență foarte clară între clase şi grupurile de prestigiu. O clasă socială, spre deosebire de grupurile de prestigiu, nu este o comunitate, în interiorul său nu se produc ataşamente subiective ori de valori. Clasele sunt mai degraba un construct statistic, cum spune Weber, sunt probabilitatea ca veniturile şi ocupațiile unui individ să se afle într-o "anumită relatie cauzala cu şansele sale în viață" (Gerth & Mills, 1946, p. 180). Individul în cauza are anumite şanse să ocupe o pozitie sau alta în ierarhia socială, dar aceasta nu înseamnă că el şi trebuie să ocupe această pozitie. Deoarece clasele nu sunt comunități, ele nu creează identități şi nu îşi modelează membrii după chipul şi asemănarea lor, aşa cum fac grupurile de prestigiu, aristocratice sau nu. Conceptul de clasă socială nu este, de fapt, o unitate ontologică (esențială), aşa cum este grupul de prestigiu, ci doar una taxonomică. Este un nume convențional ce îl dăm unui grup de persoane. În societatea modernă, unitatea ontologică (esenşială) este individul, caracteristicile sale personale creează premisele actiunilor lui şi, în ultimă instantă, duc la acțiuni sociale. Aceste acțiuni nu sunt

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

însă total voluntare, nimeni nu actioneaza după capul sau. Aici intervine piața. Indivizii actionează într-o maniera mai mult sau mai puțin probabilă, în funcție de poziția lor pe piață, de ceea ce au de oferit şi de ceea ce societatea, înțeleasă aici ca un mecanism al cererii respectivului produs, hotaraşte că valorează ceea ce individul are de oferit. Aceasta nu elimină comportamentele aberante şi actele de voluntarism, dar cei care le practică se vor izbi de legile pietei şi vor fi eliminati.

Universitatea americană: puterea simbolica legiferată de piață

Exemplul american care urmează, pentru a portretiza o lume bazată pe clase şi piață, nu vrea să fie o generalizare a întregii vieți sociale a intelectualilor din America. Țara e prea mare şi istoria sa, deşi scurta, prea complicată de variatele straturi de sedimentare ale imigranților de tot felul, ca să ne îndreptățească la aşa ceva. Îl folosesc, însă, pentru că mi se pare mai aproape de tipul ideal al unei societăți structurate în clase, pe care vreau să-l folosesc în continuare.

Lumea universitară americană din domeniul ştiințelor sociale (sociologie, comunicații, studii culturale) în care trăiesc şi muncesc, m-a şocat la prima vedere prin doua lucruri: accesibilitatea majorității profesorilor şi uniformitatea ideilor, atît în interiorul facultaților cît şi al disciplinelor. Acestea se situează la polul opus fața de ceea ce intîlnim în grupurile de prestigiu care domina lumea universitara românească, ori european, din care prima se inspiră parțial. În România, profesorul, ca şi intelectualul în general, este o persoană de care te apropii cu un respect religios, care pare să poarte pe frunte mirul alegerii sale intelectuale. În România, secretul succesului intelectual este partizanatul politic extrem, chiar excentricitatea, care fac ca scena ideilor să fie foarte variată. Ideologic, după zeci de ani de reprimare a opiniilor politice, universitatea românească aduna din nou, sub acoperisul ei, cum se intimpla acum 50 de ani, cele mai diverse opinii politice, deşi balanța puterii determină, la un moment dat, care dintre clici ține stindardul. Deşi mai avem mult de înaintat către diversitate, propria mea Alma Mater, Universitatea Bucureşti, a produs în ultimii ani un lider de sindicat studențesc fascist (Marian Munteanu), un presedinte al Senatului Romaniei din partea partidului de stinga-tradiționalist (Oliviu Gherman, profesor de fizica), cit şi pe primul presedinte al Romaniei pro-

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

occidental, Emil Constantinescu, profesor de geologie şi fost rector.

Încetul cu încetul, mi-am dat seama că efectele inverse pe care le-am intilnit în America de-a lungul celor două dimensiuni (accesibilitate şi diversitate ideologică) erau efectul relației de piață în care este angrenat profesorul american din științele sociale. El se află în poziția unui furnizor, incercînd să-şi creeze o clientelă, în cel mai literal sens al cuvîntului. Pentru ca universitațile îşi bazeaza supraviețuirea pe taxele scolare şi pe donațiile foştilor studenți sau ale organizațiilor filantropice, şcolile duc o continuă campanie publicitară în care sunt prezentate cursurile şi programele care raspund intereselor, uneori de o clipă, ale potențialilor studenți. Politica de angajare a profesorilor se face cu acest scop în minte, iar profesorii inşiş trebuie să-şi modeleze intreaga carieră în funcție de cerințele pieței. Profesorii americani sunt accesibili pentru că aceasta le este slujba, să stea de vorbă cu studenții.

Cel mai dramatic exemplu este însă faptul că în America cu greu găseşti în aceeaşi instituție personaje radical diferite politic - ori, daca încă mai gasesti, numarul lor e în descreştere. În domeniul stiințelor sociale (cu excepția economiei politice) majoritatea inclină spre stinga. Această poziție este, în parte, explicată de tradiția socialistă din lumea academica americana, întărită acum 60 de ani, o data cu venirea valurilor de refugiati intelectuali din Europa, aflati în retragere din calea nazismului. Anii '60 şi-au lasat şi ei amprenta. Popularitatea marxismului, atunci în mare vogă printre tinerii cu plete, nu a murit. El a supraviețuit în anii 90, în inimile şi mințile celor care acum sunt profesori şi educatori cu parul alb (şi uneori la fel de lung).

Cu toate acestea, piața este singura "vinovată" pentru uniformitatea intelectuală. Tinerii americani care intră pe porțile colegiului trăiesc încă în siajul aşa-zisei contra-culturi a anilor ‘60, care vede în lumea afacerilor moartea spiritului, în valorile tradiționale, lanțuri de nesuportat pentru plăcerile individuale, şi pune deasupra oricărei cunoaşteri părerea individuală. America a devenit în ultimii 30 de ani încă şi mai individualistă, şi mai non-conformista (a se citi radicală) decît erea pe vremea rebelilor pletoşi de la Berkley. Aceste idei se potrivesc cu ideologia de stinga ca o manuşa şi cer într-una teorii şi intelectuali gata să le satisfacă.

Cu un zîmbet amar, Stuart Hall, un Marxist britanic care, la vremea lui, a cunoscut zile mai radicale decît cea de astăzi, cînd este considerat un respectabil membru al panteonului universitar american, constata că teoriile pe care el le considera, în Anglia, subversive şi

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

periculoase, au devenit obiect de cult cvasi-religios în universitățile americane, fiindu-le dedicate facultăți speciale. Dacă nimeni nu i-a spus care este secretul acestui fenomen, e timpul să o afle. Piața, pe care Stuart Hall şi altii ca el nu ostenesc a le critica, este aceea care l-a făcut, vrînd-nevrînd, o celebritate mondială.

Mode, mănăstiri, ziare: grupurile de prestigiu în America

Cum spuneam, însă, America este o țară şi o civilizație mult prea diversă şi complicată ca să fie explicată numai pe baza unei analize de clasă. Tot Max Weber remarca, pe baza propriilor observații făcute în urma călătoriilor sale peste ocean, ca în Statele Unite există o poftă imensă pentru apartenența la grupurile de prestigiu (Gerth & Mills, 1946, p. 188). Egalitatea condițiilor, creata de egalitatea de şanse materiale, devine un handicap pentru cel care a reuşit. Ajuns în vîrful piramidei sociale, singurul drum care ramîne deschis este în jos. Pofta şi ambițiile celor care vin din urma pot oricînd să uzurpe pe cei abia instalati în capul mesei. De aceea, sugereaza Weber, orice membru al elitei încearcă să-şi stabilizeze poziția în societate ridicînd bariere ne-materiale în calea noilor veniți, cautînd distincții sociale prin apartenența la un anume club, ducînd un anume stil de trai, cumparînd anumite bunuri, etc. (Gerth & Mills, 1946, p.188), ori, intre oamenii de idei, aş adauga eu, schimbînd moda intelectuala. Moda e, mai presus de toate, un mijloc "democratic" de a te distinge de ceilalți, observa Weber acum aproape o sută de ani, şi observația sa e mai actuală ca niciodată. Moda face ravagii mai mari între americani, intelectuali sau nu, decît în tarile cu structuri ierarhice mai rigide. Forța modelor, intelectuale sau de altă natură, sesizată de Weber, dar şi de Tocqueville, vine din faptul că este un mijloc comod de a mima şi de a forța intarea în grupurile de prestigiu. Chiar cînd această incercare este nereuşită, ea are darul de a da măcar senzația ieşirii din “anonimatul” la care americanii sunt supuşi de piață şi de egalitatea “condiției” lor, pentru a folosi termenul favorit al lui Tocqueville (1995). În societațile radical democratice, cum este America, remarca scriitorul francez, "unde cetațenii nu se deosebesc mult intre ei, şi se găsesc în mod firesc atît de aproape încît în fiecare clipă le se poate întîmpla să se topeasca într-o masă comună,

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

se creează o mulțime de clasificări artificiale şi arbitrare cu ajutorul cărora fiecare caută să se desprindă, de teama de a nu se pierde în valul multimii" (Tocqueville, 1995, p. 234). Ar mai trebui adăugat că omogenizarea intelectuală este ajutată de piața liberă a bunurilor simbolice. Educația şi cărțile sunt accesibile oricui are bani să le cumpere. În mare măsură, deşi nu în întregime, accesul la resursele de calificare ca intelectual sunt un bun public, deci este necesar să se creeze bariere private pentru creerea distincțiilor sociale.

Grupurile create de mode, deşi importante, nu sunt cele mai puternice dintre grupurile de prestigiu din viață academică şi socială din Statele Unite. Universitatea americană insăsi, o organizație profund independentă, separată de stat chiar şi atunci cînd este finanțată de acesta, are propriile ei grupuri de prestigiu. Cel mai cunoscut este cel al profesorilor titulari, “tenured professors”. Aceştia sunt numiti pe viață, şi nu pot fi demişi decît în cazuri extraordinare. Drepturile şi privilegiile lor amintesc de stramoşul direct al universității occidentale: mînăstirile. Universitatea americană, şi mai ales elita profesorilor săi titulari, sunt cel mai aproape, dintre toate universitățile şi grupurile intelectuale occidentale, de grupul de prestigiu care le-a dat naştere în evul mediu: ordinele medievale universitare. Ca şi acestea, şi spre deosebire de universitațile europene controlate de stat, universitațile americane oferă putere şi prestigiu nemarginite profesorilor titulari, deciziile lor neputînd fi chestionate de nimeni. Donațiile imense de care se bucură universitățile sunt administrate de aceste elite ca şi daniile de moşii ale evului mediu. Donatorul trebuie să fie mulțumit că a făcut o faptă bună, cei care au primit darul avînd libertatea de dispune de el cum doresc. În sînul acestei elite prestigiul este singurul tip de legatură socială, şi acest prestigiu este validat de egali, organizați în atotputernicele consilii profesorale care acordă titulatura.

Caracterul de grup de prestigiu se aplica şi unor universități întregi, cum sunt cele grupate sub titlul de Ivy League (Harvard, Princeton, Yale, etc.). Admiterea la aceste universități se face încă şi pe baza apartenenței la o familie notabilă care a mai trimis şi alți membri ai săi să facă şcoala acolo. Absolventii lor sunt uniti prin puternice legături informale, dominînd marile ziare, lumea politică şi cea juridică. Putem spune, deci, că lumea universitară americană combină atît structuri de clasă şi de piață, în special pentru profesori netitulari, cît şi caracteristici tipice ale grupurilor de prestigiu, cînd vorbim de profesorii titulari.

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

Celebritățile româneşti între piață şi grupurile de prestigiu

Cred că am schițat în această ultimă parte a eseului meu nu numai diferența conceptuală dintre o societate închisă, bazată pe grupuri de prestigiu, şi una deschisă, bazată pe relații utilitare, regulate de cerere şi ofertă. Sper că am reuşit să trec dincolo de prezentarea didactică a două morfologii sociale. Cititorul atent va sesiza că am încercat să surprind atît avantajele, cît şi dezavantajele, fiecareia. Prin aceasta, vreau să spun că nu sunt pentru sau impotriva grupurilor de prestigiu sau a clasei intelectuale moderne româneşti. Cred, însă, ca dacă numai una dintre aceste forme domină o societate, echilibrul ei moral şi inventivitatea ei insăşi sunt puse la grea încercare.

Ideologice sau nu, bune sau rele, reale sau imaginare, grupurile de prestigiu din America încearcă să țină piept piept asaltului pieței. În România, deşi există semne că piața nu mai este atît de slabă ca acum cîțiva ani, grupurile de prestigiu domină încă incontestabil cîmpul cultural. Piața culturală, ca şi cea economică românească, se afla încă într-o eufemistica stare de "tranziție." În cel mai bun caz, aceasta inseamnă o cacofonie de elemente specifice pieței, cum ar fi publicații şi instituții culturale independente, trăind într-o adeseori incomodă frățietate cu puternice grupuri de inflență culturală care le țin uneori în picioare prin puterea lor ne-economica.

Piața culturală românească, şi clasele care ar trebui să o insoțeasca, întîrzie să se maturizeze. Există chiar semne că, deşi o anume piață a apărut, aceasta tinde să fie una de schimburi între grupurile de prestigiu existente, sau între acestea şi alte sectoare instituționale şi sociale, interne sau internaționale.

Mai mult, un fenomen ca Patapievici indică faptul că piața poate fi manipulată de grupurile de prestigiu. Faima lui Patapievici, cum am văzut, a beneficiat de puternicul sprijin al lui Liiceanu care a pus la dispoziția lui Patapievici intregul instrumentar publicistic şi de marketing al editurii Humanitas, care are poate cea mai bună rețea de difuzare din România. Patapievici a devenit, deci, faimos *nu numai* pentru că ar fi atins coardele imaginației populare, pe care a făcut-o, în special prin coliziunea sa cu serviciile secrete, ci şi pentru că a fost

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

îmbrățișat de cei care contează în cultura română.

Patapievici mai este un fenomen demn de remarcat şi pentru că apariția sa ca celebritate de piață ar fi trebuit să pună capăt epocii de împingere orbească a conținutului cultural către consumator. Ar mai fi trebuit să arate că producatorii autohtoni de cultură populară - în sensul american al cuvîntului - au invățat să manipuleze punctele slabe ale psihicului colectiv. Aceste abilități, deşi potențial dăunătoare, ajută, pe de altă parte, la ajustarea producției culturale către gustul public mediu. Consumatorul de cultură de rînd are de cîştigat, educația lui crescînd prin accesbilitatea crescută a mai multor idei şi mode rezervate anterior elitelor, iar dialogul cultural devine mai dinamic.

Din păcate, nu a fost aşa. Faima sa intelectuală nu s-a legat direct de întîmplarea care l-a făcut faimos. Deşi unele din eseurile sale sunt virulent anticomuniste şi anti-securitate, ele mizează şi sunt recunoscute de cei care le apreciază mai mult pentru tonul lor de cultură înaltă, enciclopedică, decît prin forța lor polemică (În mod ironic, cînd aspectul polemic este luat în considerare, cum a fost cazul “Omului recent,” acesta este văzut sub aspectul conflictului cu modernitatea decît cu comunismul, şi reacția este, mai degrabă, negativă). În opinia mea, dar şi a altor critici, operele lui Patapievici sunt pline de prețiozități, stilul este meandric, iar conținutul, deşi pare erudit, este superficial şi presărat cu contradicții. Ideile sunt populare numai în măsura în care publicul se forțează să creadă, pentru că autorul este atît de faimos, că sunt. Este paradoxul etern al autorului de renume modern, nu numai român, care chiar dacă se spune că este ancorat în mituri impărtăşite de cititorii săi (valoarea erudiției, puritatea morală, geniu etc.), este de multe ori produsul articolelor şi cărtilor destinate largului consum, produse de elita intelectuală despre el, mai degrabă decît de el. Servite cu destulă insistență, aceste mituri sfîrşesc prin a face parte din structura intelectuală a întregii societăți.

În România, însă, declinul faimei şi recepției lui Patapievici par să sugereze că aceste teme sunt din ce în ce mai departe de subconştientul românului mijlociu. Obsesiile oamenilor de rînd, deşi recesive în primii zece ani de comunism, pot reveni în prim plan oricînd. Naționalismul este, poate cea mai importantă, şi ne putem aştepta la naşterea unei “media celebrity” în umbrele sale oricînd. Din acest punct de vedere, un moştenitor mai inteligent şi mai fotogenic al lui Adrian Păunescu se poate înălța meteoric oricînd. Nationalismul şi exploatarea nostalgiilor rurale au fost şi probabil sunt mult mai bune materiale pentru fabricarea unei celebrități "de piață" decît ideile lui

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

Kierkegaard. Tresărirea națională de sentimentalism a cenaclului Flacăra a fost reală. Mă tem că "Lancea lui Horea," şi "Rugă pentru părinți" (care acum pot fi chiar ascultate pe Internet) sunt rețete mult mai sigure pentru inventarea unei celebrități de duzină, decît oricîte meditații filosofice.

Evoluția viitoare a culturii române este, însă, greu de apreciat. Deocamdată putem numai constata că multe grupuri intelectuale combină metodele vechi de consacrare a "valorii" cu cele noi. Mai îngrijorător trebuie să fie, totuşi, faptul că o parte din sectorul economiei româneşti care negociaza valori culturale (edituri, librării, ziare, reviste, "think tanks") are o relație ambiguă cu economia de piață. Mulți patroni (la propriu) ai culturii româneşti au practicat, pentru a-şi consolida poziția socială, aceleaşi metode economice de transferare a puterii de prestigiu în sfera economicului, folosite şi de foştii activisti şi functionari industriali, care s-au "auto-împroprietarit" prin emiterea de acțiuni la prețuri deriziorii, cumpărate de ei, de familiile şi acoliții lor (2). Aceasta a fost o sursă care a alimentat mentalități colectiviste, ne-economice, în lumea culturală. Mulți—deşi nu toți şi poate în declin de putere—dintre cei care s-au ridicat de jos, "self-made men" cu acte în regulă în jocul economico-cultural, au uneori o abordare ne-economică a afacerilor. În unele condiții ei practica un capitalism al consumului (Thorstein Veblen, 1953), unde accentul nu cade pe folosirea mecanismelor economice pentru satisfacerea clientilor şi pentru dezvoltarea afacerilor prin maximizarea profitului şi reinvestirea lui. Scopul activității economice este cheltuirea cît mai evidentă şi mai rapidă a acestui profit, în scopul consolidării unei situații sociale. Prioritară este promovarea propriului grup cultural şi nu, în cele din urmă, prestigiul care devine un obiect de activitate sui generis. Aici cred că poate fi încadrat şi cazul Patapievici, care a fost promovat pentru crearea de prestigiu şi nu neapărat de profit din vînzarea de carte (deşi, cu cît mai mult cărți vîndute, cu atît mai mare prestigiul). Scopul lucrativ al economiei de piață, care le-ar impune în primul rînd satisfacerea consumatorului, a celui care, pina la urmă, scoate banul din buzunar pentru a cumpăra producțiile culturale ale noilor descoperiți, contează mai puțin. Deşi, trebuie spus, uneori clientul însuşi cumpără un bun de prestigiu, o carte, de pildă, pentru a o "pune în galantar". Îmi aduc aminte de biblioteca personală a unui mărunt activist de partid din Cluj, din anii '80, care alături de grosul şi scumpul volum "Omagiu", dedicat lui Nicolae Ceauşescu, expunea la vedere şi cu mîndrie, "Istoria religiilor" de Mircea Eliade şi "Istoria literaturii române" de George Călinescu. Pe scurt, consumatorul participă şi el la acest joc, acceptînd faptul ca prioritățile

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

culturale sunt cele impuse de grupurile de prestigiu, pe care le emuleza, deşi nu le înțelege, reprimîndu-şi victorian propriile sale fantezii.

Desigur, amestecul economiei de piață cu o economie dominată de grupurile de prestigiu nu poate rezista pe lungă durată. Consumatorul, mai devreme sau mai tîrziu, va realiza că a fost supus prea multă vreme unui regim cultural "de dietă" şi că cu banii cu care cumpără cărți de prestigiu ar putea, mai bine, să-şi cumpere un televizor mai bun sau să îşi facă abonament la cablu. Prin aceste mijloace va putea să îşi satisfacă mai bine propriile sale aspirații, mari sau mici, nobile sau vulgare. Se pare că destui antreprenori de vise şi obsesii mediatice, nu puțini cu fler pentru gustul public, au reuşit să pună cap la cap o strategie de vînzări şi publicitate care țintește exact acolo unde inima românului doare. Dacă calitatea acest deluviu nu este cu nimic mai bună decît efectele soporifice ale scrierilor grupurilor de prestigiu de ieri şi de astăzi, ele au măcar scuza că sunt naturale. Şi poate că atunci, covîrşiți de torentul cultural care amenință să tişnească din forțele neîngrădite ale pieței, intelectualii români şi grupurile lor de prestigiu vor intelege că, daca vor să contribuie la succesul societății române, ele trebuie să facă din prestigiul lor mai mult decît un obiect de invidiat. El trebuie să devină un adevărat criteriu de excelență individuală, produsul unui merit intelectual dovedit şi confirmat.

1)Analiza care urmeaza este foarte generală, referindu-se la grupurile centrale de prestigiu din România, în special din capitală. Cît priveşte grupul de la Braşov, cel puțin pentru mine conteză prea puțin, şi cred că a "involuat," din fericire, ca şi alte organizații de acest fel din România, de la nivelul de grup de prestigiu către un grup de prieteni, alcatuit din individualitati bine conturate, cu propriile lor traiectorii sociale ori culturale.

2) Este interesant de remarcat ca insăşi metoda de "apropriere" a mijloacelor de producție în cele doua sectoare este uluitor de asemanatoare. Modul în care angajații-directori ai publicatiei "România Libera," şi ai altor publicații de stat, au privatizat propriile lor instituții, prin rascumpararea unor actiuni pe care ei insisi le-au emis la prețuri de nimic, nu este cu nimic deosebit de aşa-zisă metodă MEBO, practicată de birocrația industrială pentru a-şi asigura poziții strategice în economia "de piață" românească.

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com

Bibliografie:

Boorstin, D.J., (1992). *The Image: A Guide to Pseudo-Events în America.* New York: Vintage books.

Durkheim, E., (1984). *The Division of Labor în Society.* (W.D. Halls, Trad.) New York: The Free Press.

Gerth, H.H., & Mills, C.W., (1946). *From Max Weber: Essays în Sociology.* New york: Oxford University Press.

Matei, S., (1992). *Teoriile Modernizarii Romaniei: Romantism, Pozitivism, Marxism.* Teza de licenta nepublicata, Universitatea Bucuresti, Bucuresti.

Marx, K., (1977). *Selected Writings.* (D. Macllelan, Ed.). New York: Oxford University Press.

Muşina, A., (1996). *Unde se Afla Poezia?* Targu Mures: Arhipelag.

Weber, M., (1947). *The Theory of Social and Economic Organization.* (Henderson, A.M. & Talcott Parsons, Trad.). New York: Oxford University press.

Patapievici, H.R., (1996). *Zbor în Bataia Sagetii. Eseu Asupra Formarii.* (Ed. a 2-a). Bucuresti: Humanitas.

Tocqueville, A. de, (1958). *Democracy în America: vol. 2.*(Henry Reeve, Trans., P. Bradley, Ed.). New York: Vintage Books.

Tocqueville, A. de, (1995). *Despre Democrație în America:* vol. 2. (Claudia Dumitriu, Trans.). Bucureşti: Humanitas.

Veblen, T., (1953). *The Theory of the Leisure Class*. New York: The New American Library.

Weber, M., (1947). *The Theory of Social and Economic Organization.* (Henderson, A.M. & Talcott Parsons, Trad.). New York: Oxford University press.

PDF created with FinePrint pdfFactory trial version http://www.fineprint.com